

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГУМАНИТАРНОЙ ПОВЕСТКИ ДНЯ В СМИ

Чемоданова Татьяна Дмитриевна

магистрант Нижегородского Государственного университета им. Н.И. Лобачевского, РФ, г. Нижний Новгород

PROBLEMS OF HUMANITARIAN MEDIA AGENDA SETTING

Tatyana Chemodanova

Undergraduate student of Nizhny Novgorod State University, Russian Federation, Nizhny Novgorod

Аннотация. В статье рассматривается понятие повестки дня и дается объяснение феномена гуманитарной повестки дня в СМИ. Актуализация этого понятия обуславливается процессами дегуманизации информационного пространства России. Гуманитарная повестка изучается на примере журнала «Русский репортер».

Abstract. This article provides an explanation of the term of agenda and of the phenomenon of humanitarian media agenda. Relevance of the term is based on the dehumanization of the media space processes in Russia. Humanitarian media agenda is studied by the example of the magazine "Russian reporter".

Ключевые слова: повестка дня, гуманитарная повестка дня, дегуманизация медиапространства, гуманитарные ценности, социальная сфера общества.

Keywords: agenda, humanitarian media agenda, humanitarian values, dehumanization of the media space, social sphere of society.

На сегодняшний день понятие «повестки дня» широко используется и в современном политическом дискурсе, и в теории журналистики, и в практической деятельности журналистов. Определить ее можно следующим образом: повестка дня – это совокупность тем, широко освещающихся в СМИ, тем самым привлекающих наибольшее внимание аудитории и формирующих у нее определенные мнения.

Нас, прежде всего, интересует медиаповестка – или информационная повестка дня, или медийная повестка дня. Некоторые исследователи видят ее как набор нескольких тем, которые СМИ предлагают обществу для ознакомления [4]. Здесь стоит подчеркнуть необходимость регулярности подачи этих тем аудитории на протяжении хоть сколько-нибудь длительного времени, чтобы они могли закрепиться.

Своими корнями медиаповестка уходит в период середины XX века, и с ходом своего развития (и практического, и теоретического) занимала все более прочное место среди других

элементов медиасферы. Но информационная повестка дня так же неоднородна, и для автора данного исследования особый интерес представляет гуманитарная повестка дня.

В последнее время в российской действительности происходит множество процессов, которые отражаются в журналистике. Одним из них является дегуманизация медиапространства [11; с. 226-230]. Журналистика становится развлекательной и направленной на удовлетворение повседневных потребностей аудитории. Она также отчетливо ощущает на себе тенденции коммерциализации и вынуждена подчиняться законам рынка. Таким образом, содержание самых разнообразных средств массовой информации несет в себе лишь две цели: развлечь потребителя информации и дать возможность получить прибыль производителю этой информации. А такая важная и всеобъемлющая тематика, как социальная, остается без должного внимания. В журналистике такая модель не жизнеспособна и противоречит гуманистической миссии журналистики. Поднимать острые проблемы, обращать пристальное внимание на социальную сферу жизнедеятельности общества, решать общественно значимые проблемы – это далеко не все, что должны делать журналисты. И именно гуманитарная повестка дня, активно формируемая отдельными СМИ и фрагментарно – подавляющим числом, может положительно повлиять на сложившуюся ситуацию и сместить фокус внимания с развлекательного сегмента.

Наибольший вклад в изучение феномена гуманитарной повестки внесла Т.И. Фролова [9; 10; 11; 12; 13]. В работах Е.Л. Вартаковой [1; 3; 5], М.А. Воскресенской [2], Л.Г. Свитич [6; 7], Л.Н. Федотовой [8] рассматривается более общий вопрос о сущности социальной миссии журналистики в целом и ее особой важности в настоящее время.

Гуманитарная повестка, как один из тематических сегментов журналистики, играет во всеобщем медиапространстве далеко не последнюю роль. Она по природе двойственна: с одной стороны, это контент, отражающий проблемы социальной сферы, а с другой – это профессиональная позиция, предполагающая рассмотрение любых реалий с точки зрения интересов человека. Практически гуманитарная повестка – это реализация функций социальной журналистики, ее инструмент.

Главной отличительной особенностью гуманитарной повестки дня является ее обращенность к человеку. Это проявляется на всех уровнях создания журналистского текста: проблемы социальной или смежной сфер, касающиеся человека, становятся инфоповодами; человек – это главный герой материала гуманитарной повестки; журналист, прежде всего, думает об интересах человека, ставя проблему и предлагая возможные пути ее решения.

Отметим, что гуманитарная повестка – не единообразна во всех средствах массовой информации и вариативна. На это ее качество влияет несколько факторов: типология и разные функции различных видов СМИ, специфика языка, особенности журналистского текста.

Рассмотрим явление гуманитарной повестки более детально на примере печатного журнала «Русский репортер», который выходил в свет в период с 2007 года по апрель 2020 года. Несмотря на то, что по общепринятой классификации это издание относится к общественно-политическим, нельзя в полной мере сказать, что внимание редакции сосредоточено вокруг политики – скорее, вокруг общества. Социальная сфера жизни общества со всем многообразием включенных в нее проблем, а также человек и его взаимоотношения со средой являются центральными объектами внимания журналистов «Русского репортера».

Во-первых, обращенность данного журнала к гуманитарной проблематике доказывается уже тем, что материалы, формирующие гуманитарную повестку, составляют большую часть выпусков. Так, например, нами были проанализированы номера журнала с февраля 2019 года по январь 2020 года. За это время вышло 20 выпусков. При этом 185 публикаций были отнесены нами к гуманитарной повестке.

Кроме того, материалы обозначенной повестки встречаются в различных рубриках: «Сцена», «Интервью», «Актуально», «Новое», «Тренды», «Репортаж», «Культура» и другие. Это показывает, что гуманитарная повестка – это не столько про социальные проблемы, сколько про человека в целом; что реализовываться такой человекоцентрический подход может в

рамках разных творческих форм.

Что касается непосредственно людей – героев публикаций «Русского репортера», то это целая галерея лиц. Представители различных социальных слоев, демографических групп, профессий и национальностей становятся героями репортажей и очерков «Русского репортера».

Так, в материале «Тоска как средство от тоски» (№2 (466)) перед нами предстает руководитель культурных центров Ирина Комаровская, чьи ученики часто выступают в хосписах и дают благотворительные концерты. Косвенно мы можем узнать детали ее характера:

«Но мне помогла моя мечта. Я хотела петь, чтобы сделать мир лучше. Мне хотелось изменить мир».

В своем репортаже «Духи на распив по-донецки» (№1 (489)) Марина Ахмедова рисует читателю образ главной героини, занимающейся «распивом» (разливом) духов:

«Через сквер на бульваре Пушкина бежит худенькая женщина в красной спортивной шапочке. <...> Снимает шапочку. Огромная золотая копна волос, непонятно как выросшая у этой тонкой бледной женщины, рассыпается по плечам. Она берется за волосы двумя руками, сгребает к одному плечу, проводит по ним ладонями, приглаживая. На эти нервные движения уходит минуты две».

Также читатель «РР» знакомится с бригадой частных специалистов по ремонту, «вмятых и умных мужиков»; экотаксистом, следующим мировым экологическим трендам; спасателем птиц; донецким железнодорожником, помогающим пострадавшим от войны; мигрантами, подвергающимися гонениям со стороны местных жителей Якутска и многими другими.

Одним словом, совершенно разные люди – каждый со своей личной историей или проблемой – появляются на страницах журнала «Русский репортер». Но каждый из этих героев – это ключик к пониманию жизни, пониманию российской действительности, которую полно и объективно стремятся освещать журналисты издания. Они будто «открывают» повседневность и делают это самым простым и эффективным способом – через реальных людей-героев и их личные истории. На страницах издания «Русский репортер» гуманитарная повестка – это действительно журналистика «с человеческим лицом», о людях и для людей.

Формировать на страницах своего издания качественную гуманитарную повестку, охватывающую весь спектр проблем – непросто. Для этого в немалой степени необходимо опираться на положительный опыт коллег по цеху. Так, например, «Русский репортер» абсолютно точно способен сформировать у читателя полноценную гуманитарную повестку дня и может служить примером для других начинающих или практикующих журналистов. В выборе тем «РР» не гонится за сенсационностью, все темы издания пронизывает мотив повседневности, обычной жизни обычных людей.

Список литературы:

1. Вартанова, Е.Л. Концепция модернизации и СМИ // СМИ в меняющейся России. М.: Аспект Пресс, 2010. С. 22-34.
2. Воскресенская, М.А. Общественная миссия журналистики в дискурсе российской модернизации // Общество: политика, экономика, право. 2012. – № 4. С. 11-17.
3. Журналистика в 2012 году: социальная миссия и профессия. Сборник материалов международной научно-практической конференции / Под ред. Е.Л. Вартановой, Я.Н. Засурского. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2013. 504 с.
4. Ковалев, Г. Символизация политической власти: концептуальное поле исследования / Г. Ковалев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.polite.com.ua/library/3693-.html>. –

Дата обращения: 3.05.2011.

5. СМИ в меняющейся России. Коллективная монография / Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект пресс, 2010. – 336 с.

6. Свитич, Л.Г. Журналистика: профессия или социальная миссия? // МедиаТренды. 2013. №1 (38). С. 4-5.

7. Свитич, Л.Г. Социология журналистики: Учебное пособие. М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2005. – 119 с.

8. Федотова, Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2003. – 400 с.

9. Фролова, Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ: тенденции развития // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2017. № 6. С. 226–230.

10. Фролова, Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. М.: МедиаМир, 2014. – 352 с.

11. Фролова, Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ: тенденции развития // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2017. № 6. С. 226–230.

12. Фролова, Т.И. Гуманитарная повестка СМИ и стратегии ее реализации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2013. №6. С. 108-127.

13. Фролова, Т.И. Гуманитарная повестка дня российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М.: МГУ, 2015.